

**PERANCANGAN CORPORATE IDENTITY KAMPUNG BUDAYA
UNNES SEBAGAI LABORATORIUM BUDAYA DAN PUSAT
EDUWISATA BARU DI KOTA SEMARANG**

MUHAMAD BHIL`GA KAMARA SAKTI

(Pembimbing : Noor Hasyim, M.Ds., ALI MUQODDAS, S.Sn, M.Kom)

Desain Komunikasi Visual - S1, FIK, Universitas Dian

Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 114201101190@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Pusat Kesenian Kampung Budaya salah satu pusat kesenian yang ada di Semarang. Instansi ini berada dalam naungan Universitas Negeri Semarang demi mewujudkan salah satu visi misi dari UNNES yaitu sebagai kampus berbasis konservasi. Selain sebagai pusat berkesenian Kampung Budaya juga berfungsi sebagai laboratorium budaya dan pusat eduwisata. Kampung Budaya baru terbentuk pada tahun 2016, Kampung Budaya belum memiliki identitas visual yang dapat memperkenalkan instansi tersebut kepada masyarakat. Dalam penyusunan penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif dan kualitatif yang dimaksimalkan menggunakan metode brainstorming untuk menentukan kata kunci dalam perancangan corporate identity Kampung Budaya. Kata kunci yang didapatkan yaitu logo campuran perpaduan dari pendopo, bunga kenanga, bunga teratai, nama lengkap, dekoratif, sans serif, simetris, stilasi dan analogus. Logo nantinya akan di aplikasikan pada beberapa media visual seperti papan nama, stationary (nota, stempel, kop surat, amplop, label produk, dan kartu nama), seragam karyawan, merchandise (sticker, jam dinding), media promosi (branding truk) dan GSM (Grafik Standar Manual). Identitas dan Corporate Kampung Budaya yang telah dirancang dapat merepresentasikan citra sesuai visi â€“ misi baru kepada masyarakat, yang berfungsi sebagai pembeda antar perusahaan serupa dan sebagai media promosi secara tidak langsung.

Kata Kunci : Budaya, Corporate Identity, Kampung Budaya, Perancangan, Seni

DESIGN OF CORPORATE IDENTITY KAMPUNG BUDAYA UNNES AS A CULTURAL LABORATORY AND NEW TOURISM CENTER IN SEMARANG CITY

MUHAMAD BHIL`GA KAMARA SAKTI

(Lecturer : Noor Hasyim, M.Ds., ALI MUQODDAS, S.Sn, M.Kom)

*Bachelor of Visual Communication Design - S1, Faculty of
Computer Science, DINUS University*

www.dinus.ac.id

Email : 114201101190@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

Cultural Center Kampung Budaya one of the art centers in Semarang. This institution is under the auspices of Semarang State University in order to realize one of UNNES mission's vision as a conservation-based campus. In addition to being a cultural center, Kampung Budaya also serves as a cultural laboratory and eduwisata center. The new Culture Village was formed in 2016, Kampung Budaya does not have a visual identity that can introduce the agency to the public. In preparing this research, the author uses descriptive and qualitative methods are maximized using brainstorming method to determine the keywords in the design of corporate identity Kampung Budaya. Keywords obtained are mixed blend logo of pendopo, kenanga flower, lotus flower, full name, decorative, sans serif, symmetrical, stylisation and analogous. The logo will be applied to some visual media such as nameplate, stationary (note, seal, letterhead, envelope, product label and business card), employee uniform, merchandise (sticker, wall clock), promotion media (branding truck) and GSM (Manual Standard Chart). Identity and Corporate Cultural Village that has been prepared can represent the image according to the vision - a new mission for the community, which serves as a differentiator between companies and media directly indirectly.

Keyword : Art, Corporate Identity, Culture, Design, Village Culture